



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Internet jako przestrzeń badawcza w naukach społecznych

**Author:** Stanisław Juszczuk

**Citation style:** Juszczuk Stanisław. (2019). Internet jako przestrzeń badawcza w naukach społecznych. W: A. Budniak, M. Mnich (red.), "Podejścia metodologiczne w pedagogice. Koncepcje – badania - wyniki" (S. 47-65). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

Stanisław Juszczak

## Internet jako przestrzeń badawcza w naukach społecznych

### Badania Internetu – podstawy metodologiczne

Ponieważ sieć globalna w coraz większym stopniu przejmując naszą aktywność życiową, a szczególnie aktywność w czasie wolnym, Internet staje się przestrzenią badań o coraz szerszej problematyce, większym zasięgu i liczbie badanych użytkowników. Rozwijają się społeczności i kultury internetowe, łączą się z interaktywnymi grami sieciowymi, z witrynami Wiki, platformami komunikacji mobilnej i dostawcami zintegrowanych usług medialnych, takimi jak Feedster. Również netnograficzne projekty badawcze skupiają większą liczbę badaczy, w dużej mierze rozproszonych w różnych ośrodkach naukowych, reprezentujących różne dyscypliny i rozdzielonych w czasie, ale wnioski z badań mogą być spójne.

Badania Internetu związane są z umiejscowieniem przedmiotu badań oraz zakresem/obszarem dyskusji jakościowej i wnioskowania. W związku z tym możemy prowadzić badania: (a) w których Internet jest jedynym obszarem badawczym (badania medium i jego zawartości), (b) w których Internet staje się jedynie narzędziem badawczym do badań zjawisk społecznych i kulturowych lub (c) za pomocą sieci, które odnoszą się do zjawisk zachodzących w różnych proporcjach zarówno *off-line*, jak i *on-line* (gdzie: człowiek *on* to użytkownik obecny; człowiek *off* to użytkownik nieobecny). W pierwszym przypadku przedmiot badania i wnioskowanie nawiązują bezpośrednio do sieci, czyli analizując działania *on-line* użytkowników, odnosimy swoje sądy do tej przestrzeni wirtualnej<sup>1</sup>. W obszarze badawczym umiejscawiamy wtedy język używany w komunikacji na forach czy w komunikatorach, anonimowych społecznościach czy grupach dyskusyjnych,

---

<sup>1</sup> Zob. M. SZPUNAR: *Badania Internetu vs. badania w Internecie, czyli jak badać nowe medium – podstawowe problemy metodologiczne*. „Studia Medioznawcze”, nr 2: 2007, s. 80–89.

analizujemy wykorzystywanie znaków i ikon, typu emotikony i grafiki<sup>2</sup>, czy sieciowe *nicki* (po zalogowaniu/zarejestrowaniu się na forum użytkownik przyjmuje *nick*, zamiast imienia oraz wybiera swego *awatar*a, jako symbol/reprezentację swego ciała). Interesuje nas przebieg zjawisk i procesów, a nie ich etiologia. Nie wnioskujemy w motywację użytkowników, nie wypowiadamy się na temat rzeczywistości *off-line*, czyli m.in. tego, kim są użytkownicy i jak wygląda ich świat fizyczny oraz społeczny. Jak piszą Piotr Cichocki, Tomasz Jędrkiewicz i Robert Zydel<sup>3</sup>, tego rodzaju badania znajdują zastosowanie w analizie anonimowych platform komunikacji i sprzyjają rozwojowi e-biznesu. Najczęściej prowadzone są netnografie blogów, portali społecznościowych czy światów wirtualnych, w których ma miejsce „ucieleśnienie” ich członków pod postacią awatarów. Proponuje się tutaj użycie metody autonetnograficznej, preferującej bardziej uczestniczący i autobiograficzny styl prowadzenia badań, skupiający się na osobistych rozważaniach badacza, uchwyconych w notatkach terenowych<sup>4</sup>. Można tutaj wykorzystać podejście fenomenologiczne, badając: specyfikę Internetu i jego wpływ na myśli, emocje i zachowanie użytkowników (np. na forach dyskusyjnych) czy różnice między światem wirtualnym a realnym.

W badaniach, w których Internet traktowany był jako narzędzie badań, odczytywano informacje publikowane w sieci (np. na blogach czy forach) i na ich podstawie wnioskowano o zachowaniach, działaniach, opiniach, a stąd o postawach użytkowników demonstrowanych poza siecią, czyli w rzeczywistości obiektywnej. Jednak często badacze traktowali te informacje dosłownie, bezkrytycznie, nie stosowali zgodnie z zasadą triangulacji technik weryfikacyjnych, ani nie uwzględniali specyfiki tego globalnego medium. Mimo to można znaleźć przykłady badań empirycznych, w których Internet jako narzędzie służył badaniom o dużej wartości poznawczej, gdy nie traktuje się badanych tekstów jako dosłownego relacjonowania rzeczywistości obiektywnej. Przykładem mogą być analizy blogów prowadzonych przez matki. Blogi te posłużyły do badania wartości, motywacji i aspiracji<sup>5</sup>. Oferują możliwość włączania się w strumień kultury, oferując podobny rodzaj przemyśleń i inspiracji, przypisywanych wcześniej forum dyskusyjnym. Obserwacja uczestnicząca na blogu polega głównie na systematycznym czytaniu zamieszczanych treści, natomiast uwagi badacz umieszcza na blogu własnym. W ujęciu Internetu

---

<sup>2</sup> A. BROSCHE: *Text-messaging and its effect in youth's relationships*. "The New Educational Review" 2008, Vol. 14, No. 1, s. 91–101.

<sup>3</sup> P. CICHOCKI, T. JĘDRKIEWICZ, R. ZYDEL: *Etnografia wirtualna*. W: D. JEMIELNIAK, red.: *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*. T. 2. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 207.

<sup>4</sup> Por. R.V. KOZINETZ, R. KEDZIOR: *I, Avatar. Auto-netnographic Research in Virtual Worlds*. W: M. SOLOMON, N. WOOD, eds.: *Virtual Social Identity and Social Behavior*. M.E. Sharpe, Armonk, NY 2009, s. 3–19.

<sup>5</sup> M. OLCOŃ-KUBICKA: *Uspołecznienie macierzyństwa przez dyskurs w przestrzeni internetowej*. W: D. BATORSKI, M. MARODY, A. NOWAK, red.: *Spoleczna przestrzeń Internetu*. Academica, Warszawa 2006, s. 267–282.

jako narzędzia wykorzystuje się podejście „translacyjne”, związane z przeniesieniem do Internetu badań tożsamości użytkowników czy badań eksperymentalnych.

Badania przez Internet stały się dobrym narzędziem analiz w ramach antropologii wizualnej<sup>6</sup>. Użytkownicy forów często publikują w sieci ogromne liczby zdjęć i filmów, które w mniejszym stopniu podlegają autocenzurze niż publikowane teksty (posty) i proces ich tworzenia jest bardziej spontaniczny niż redagowanie tekstu. Dlatego uważny badacz może zdobyć wiele wartościowych informacji zarówno o autorze wytworów, jak i o tym, gdzie i w jakim celu zostały opublikowane oraz co zawierają. Umieszczanie przez rodziców zdjęć swych dzieci w sieci, związane ze zjawiskiem *sharentingu*, opisane zostało w odrębnym podrozdziale.

Trzeci typ badań sieciowych, odnoszących się do zjawisk zachodzących w różnych proporcjach *off-line* i *on-line*, ma m.in. na celu tworzenie i utrzymywanie sieciowych tożsamości<sup>7</sup>, komunikowania się indywidualnego czy grupowego, zawierania i utrzymywania sieciowych znajomości, które niekiedy przenoszone są do rzeczywistości obiektywnej, prowadzenia e-handlu czy e-usług, łączących aspekty realne i wirtualne<sup>8</sup>. Często sama etnografia wirtualna nie jest metodą wystarczającą do skonstruowania wizerunku eksplorowanego zjawiska z obszaru *off-line*, stąd badacz sięga do klasycznych obserwacji etnograficznych czy pogłębionych wywiadów, szuka informacji pozwalających na poznanie historycznego i społecznego kontekstu zjawiska, a nawet po dane ilościowe i opisy zachowań użytkowników<sup>9</sup>. Do mieszania się tych dwóch rzeczywistości: obiektywnej i *alter-rzeczywistości* dochodzi coraz częściej, ponieważ coraz więcej procesów społecznych, edukacyjnych czy ekonomicznych dzieje się w sieci, a sieciowe społeczności skutecznie rekonfigurują społeczne relacje w rzeczywistości obiektywnej oraz sposób ich postrzegania przez użytkowników<sup>10</sup>.

## Metody i techniki badań społecznych w Internecie

Kazimierz Słomczyński pisze, że Internet i telefony komórkowe nie tylko pozwalają na coraz łatwiejszą i pełniejszą komunikację, ale stwarzają nowe możliwości zbierania informacji o respondentach, np. w wywiadzie czy ankiecie internetowej.

---

<sup>6</sup> M. BANKS: *Using Visual Data in Qualitative Research*. SAGE Publications of London, Los Angeles, New Delhi, Singapore and Washington DC 2007.

<sup>7</sup> S. WILSON, L. PETERSON: *The Anthropology of Online Communities*. “Annual Review of Anthropology” 2002, No. 31, s. 449–467. [http://jrichard-stevens.com/articles/wilson\\_peterson.pdf](http://jrichard-stevens.com/articles/wilson_peterson.pdf) (dostęp: 21.05.2012).

<sup>8</sup> P. CICHOCKI, T. JĘDRKIEWICZ, R. ZYDEL: *Etnografia wirtualna*. W: D. JEMIELNIAK, red.: *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*. T. 2. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

<sup>9</sup> M. AGROSINO: *Doing Ethnographic and Observational Research*. SAGE Publications of London, Los Angeles, New Delhi, Singapore and Washington DC 2007.

<sup>10</sup> D. MILLER: *Tales from Facebook*. Polity Press, Cambridge 2011.

Jednak badacze muszą rozstrzygać nowe problemy metodologiczne, a wśród nich przystosowanie klasycznych metod i technik zbierania danych w naukach społecznych do badań w tej interaktywnej przestrzeni, a także opracowywać nowe metody, techniki i narzędzia badawcze<sup>11</sup>.

W badaniach ilościowych najczęściej stosuje się ankietę internetową (samowypełnianą), umieszczoną na stronie WWW lub rozsyłaną do respondentów na konta ich poczty elektronicznej. Można także stosować tzw. PopUp-y, czyli elementy graficzne pojawiające się w osobnym oknie przeglądarki internetowej po wejściu użytkownika na określony serwis czy stronę WWW. W bardzo krótkim czasie można uzyskać wypełnione ankiety przez stosunkowo dużą liczbę respondentów o zróżnicowanych danych społeczno-demograficznych. Liczne są badania eksperymentalne, pozwalające skupić szerokie grono użytkowników pochodzących z różnych obszarów geograficznych, kręgów kulturowych i językowych, a także prowadzić badania specyficznych grup społecznych czy zawodowych<sup>12</sup>.

W badaniach jakościowych stosuje się: badania forów i list dyskusyjnych, chatów, blogów, wywiadów indywidualnych czy grupowych, a w nich wywiadów fokusowych. Badacze zbierają dane, treści, informacje, prowadząc np. analizę treści dyskursu w przestrzeni wirtualnej, analizę dokumentów osobistych (np. zdjęć i filmów) w ramach antropologii wizualnej. Analizuje się zachowania użytkowników w sieci, stosując tzw. *badania trackingowe* oraz programy typu *spyware*. Badania trackingowe polegają na analizie zróżnicowanego dostępu do sieci, celów korzystania z niej, znajomości serwisów WWW i ich oceny, charakterystyce danych społeczno-demograficznych i wielu innych danych<sup>13</sup>.

## Przedmioty i podmioty badań w Internecie

Analiza literatury przedmiotu wskazuje, że metody badań ilościowych i jakościowych wykorzystywane są do badań wielkiej gamy zjawisk i procesów społecznych, kulturowych oraz edukacyjnych w Internecie. W ostatnich kilku latach obserwuje się wzrost wykorzystania badań jakościowych, a wśród nich m.in. etnografii wirtualnej<sup>14</sup>. Badania często dotyczą m.in.: tożsamości użytkowników me-

---

<sup>11</sup> K. SŁOMCZYŃSKI: *Polska metodologia socjologicznych badań empirycznych na tle międzynarodowym*. W: P. SZTABIŃSKI, F. SZTABIŃSKI, red.: *Nowe metody, nowe podejścia w naukach społecznych*. Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2004.

<sup>12</sup> Zob. P. SZTABIŃSKI, F. SZTABIŃSKI, red.: *Nowe metody, nowe podejścia w naukach społecznych*. Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2004.

<sup>13</sup> Zob. P. SIUDA, red.: *Metody badań online*. WN Katedra, Gdańsk 2016; M. SZPUNAR: *Badania Internetu vs. badania w Internecie, czyli jak badać nowe medium – podstawowe problemy metodologiczne*. „Studia Medioznawcze”, nr 2: 2007, s. 80–89.

<sup>14</sup> Zob. D. JAMIELNIAK: *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*. „Prakseologia”, nr 154: 2013, s. 97–117; S. JUSZCZYK: *Ethnography of the virtu-*

diów cyfrowych (kultury popularnej)<sup>15</sup>, budowanych przez nich społeczności oraz relacji interpersonalnych, które tworzą się w trakcie procesu komunikacji, edukacji na odległość z wykorzystaniem mediów społecznych<sup>16</sup>, uczestnictwa w portalach randkowych, wspólnego uczestnictwa w grach komputerowych<sup>17</sup>, a nawet tworzenia społeczności hakerów. Badane są grupy etniczne, klasowe czy religijne, które demonstrują w sieci swoją specyficzną tożsamość<sup>18</sup>. Eksplorowane jest zjawisko uczestnictwa użytkowników, np. młodzieży, w kulturze<sup>19</sup>, e-biznes, a w jego ramach planowanie strategiczne, oferty rynkowe, komunikacja marketingowa i działania marketingowe, czy monitorowanie głównych kanałów komunikowania się konsumentów<sup>20</sup>, a także analizowana jest kultura Internetu, będąca odwzorowaniem kultury jego twórców<sup>21</sup>. Ale w Internecie uważny badacz znajdzie także egzemplifikacje cyberprzemocy, prezentacje różnych subkultur, grup wyznaniowych, militarystów, mafii, pedofilii i wiele innych szkodliwych informacji zamieszczonych przez różne grupy i organizacje. W badaniach trudno jest zastosować jakikolwiek operat losowania próby, stąd trudno jest dobrać próbę reprezentatywną dla populacji generalnej. Próba zwykle jest silnie zróżnicowana pod względem społecznym, demograficznym czy ekonomicznym. Jednak replikowanie badań w innych warunkach i na innych próbach pozwala badaczowi zbliżyć się do próby reprezentatywnej. Uczestnicy mogą łatwo wycofywać się z badań, np. poprzez przerwanie połączenia. Badacz nie wie także, czy użytkownik jest sam przy komputerze, czy

---

*al phenomena and processes in Internet*. "The New Educational Review" 2014, Vol. 36, No. 2, s. 206–216.

<sup>15</sup> T. SZKUDLAREK, Z. MEŁOSIK: *Kultura, tożsamość i edukacja. Migotanie znaczeń*. Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 1998; B. HARWAS-NAPIERAŁA, H. LIBERSKA, red.: *Tożsamość a współczesność. Nowe tendencje i zagrożenia*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2007; M. SZPUNAR: *Internet jako pole poszukiwania i konstruowania własnej tożsamości*. W: E. HAŁAS, K. KONECKI, red.: *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*. Scholar, Warszawa 2005, s. 378–403.

<sup>16</sup> S. JUSZCZYK: *Media społeczne w procesie komunikacji i edukacji – dialog i konektywizm*. W: M. WAWRZAKA-CHODACZEK, J. KOWAL, H. ŻELIGOWSKI, red.: *Spoleczne i kulturowe wymiary komunikacji*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja”, Wrocław 2013, s. 9–22; S. JUSZCZYK: *The chosen pedagogical, psychological and sociological aspects of a distance Education*. "The New Educational Review" 2003, Vol. 1, No. 1, s. 159–178.

<sup>17</sup> S. JUSZCZYK: *Fascynacja młodzieży grami komputerowymi*. „Edukacja i Dialog” nr 09/10: 2010, s. 47–51.

<sup>18</sup> D. MILLER, D. SLATER: *The Internet. An Ethnographic Approach*. Berg, Oxford 2000.

<sup>19</sup> M. FILICIAK i inni: *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną*. SWPS, Warszawa 2010. <http://bi.gazeta.pl/im/6/7600/m7600446.pdf> (dostęp: 23.11.2011).

<sup>20</sup> P. CICHOCKI, T. JĘDRKIEWICZ, R. ZYDEL: *Etnografia wirtualna*. W: D. JEMIELNIAK, red.: *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*. T. 2. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 209.

<sup>21</sup> S. JUSZCZYK: *Wizerunki medialne i kultura medialna. Potrzeba upowszechniania alfabetyzacji medialnej*. W: M. KISIEL, T. HUK, red.: *Rzeczywistość. Perswazyjność. Falsyfikacja w optyce wychowania i edukacji*. Oficyna Wydawnicza Wacław Walasek, Katowice 2009, s. 15–27.



też z inną osobą, która może modyfikować wskazywanie odpowiedzi w ankiecie lub formułowaniu odpowiedzi w wywiadzie. Często uczestników badań należy motywować do udziału w badaniach poprzez liczne zachęty, prośby, minimalizację czasu badania, a nawet gratyfikacje rzeczowe lub pieniężne.

Badacz może mieć podstawowe zastrzeżenia do kompletności analizowanych informacji znalezionych w Internecie oraz do ich prawdziwości. Stara się szczególnie starannie scharakteryzować badaną grupę. Szczególnie trudna do scharakteryzowania jest młodzież, która często nie zostawia wyraźnych śladów swego nawigowania w Internecie<sup>22</sup>. Rzadko pisze posty na forach, czy zamieszcza zdjęcia. Młodzi ludzie stają się gośćmi, którzy obserwują aktywności innych. Ponieważ pełniejszą charakterystykę możemy skonstruować jedynie dla użytkownika aktywnego, stąd wyniki naszych badań często dotyczą głównie aktywnych użytkowników. Ważna jest również dostępność informacji, kompletność jej treści, zawartość merytoryczna, prawdziwość. Badacz internetowy musi posiadać wysokie kompetencje nawigowania w sieci, docierania do miejsc zamkniętych hasłami, nawiązywania znajomości, a nawet przyjaźni z internautami. Ponadto powinien śledzić ich wpisy na różnych forach, czatach, serwisach społecznych, określać ich intencje, znaczenie i sens, relacje z innymi użytkownikami, czas i częstotliwość kontaktów, szukać wewnętrznych niespójności, oznak manipulacji, zwracać się o opinie do innych użytkowników i mieć dystans do prezentowanych treści czy zdjęć<sup>23</sup>. Można powiedzieć, że badacz przestrzeni wirtualnej napotyka więcej trudności i pułapek niż badacz eksplorujący rzeczywistość obiektywną w sposób bezpośredni, często *face-to-face*.

Przeanalizujmy kilka aspektów sieci globalnej, które szczególnie poddawane są badaniom empirycznym prowadzonym w Katedrze Pedagogiki Wczesnoszkolnej i Pedagogiki Mediów Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

## Etnografia przestrzeni wirtualnej

Postaramy się scharakteryzować najważniejsze pojęcie w niniejszej pracy: *etnografia przestrzeni wirtualnej* (w języku angielskim używana jest węższa nazwa: *etnografia wirtualna* – ang. *virtual ethnography* or *digital ethnography*<sup>24</sup> lub net-

<sup>22</sup> S. McMILLAN, M. MORRISON: *Coming of Age with the Internet. A Qualitative Exploration of How the Internet Has Become an Integral Part of Young People's*. "New Media and Society" 2000, Vol. 8, No. 1, s. 3–95.

<sup>23</sup> P. CICHOCKI, T. JĘDRKIEWICZ, R. ZYDEL: *Etnografia wirtualna*. W: D. JEMIELNIAK, red.: *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*. T. 2. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 208.

<sup>24</sup> T. BOELLSTORFF: *Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton University Press, Princeton 2008.

nografia<sup>25</sup>). Badania netnograficzne wykorzystują informacje publiczne dostępne na forach internetowych, przeprowadza się je właściwie w sposób nieinwazyjny, ale przy mniejszym zaangażowaniu badacza. Obserwowane są bezpośrednio (często z ukrycia) naturalne zachowania użytkowników Internetu (np. dyskusje w ramach społeczności i użyty w nich język), wybrane zjawiska kulturowe i społeczne, a analizowane konwersacje można prześledzić wstecz, co nie jest możliwe w tradycyjnych badaniach etnograficznych w trakcie bezpośredniej konwersacji badacza i badanych. Analiza sieci społecznych nie dostarcza bogatej wiedzy kulturowej, ale oferuje wiedzę o charakterze strukturalnym: pozwala na analizę różnych typów uczestnictwa w społeczności internetowej, postaw i charakterystyk demograficznych<sup>26</sup>.

Praca „terenowa” badacza jest realizowana w zastanym środowisku internetowym w czasie rzeczywistym (czyli *on-line*), a sam badacz funkcjonuje na tych samych prawach, co pozostali użytkownicy sieci, czyli jest np. pełnoprawnym użytkownikiem forów dyskusyjnych, a nie gościem. Zatem etnografią wirtualną nie będą badania wykorzystujące Internet jedynie jako platformę komunikacji zapośredniczonej, z udziałem komputera, prowadząc *on-line* np. wywiady grupowe czy indywidualne. Internet jest traktowany szerzej, jako środowisko komunikacji, sieć społeczna czy przestrzeń edukacyjna i naukowa lub przestrzeń spędzania wolnego czasu w trakcie np. korzystania z zespołowych gier komputerowych. Środowisko to jest konstruowane przez ogół użytkowników dołączających się za pomocą różnych narzędzi technologii ICT. Członkowie społeczności sieciowej mogą komunikować się w bardziej osobistej, rozbudowanej formie e-maila lub wykorzystując asynchroniczny i *quasi*-transmisyjny format bloga czy w postaci synchronicznej wymiany tekstowej na czacie lub komunikacji werbalnej i wizualnej na Messengerze. Silnie zróżnicowany staje się także kontekst komunikacyjny: użytkownicy mogą przysyłać wiadomość na Facebooka lub na e-mail, bądź zamiast zaktualizować swój status na MySpace, zamieszczają krótką informację na Twitterze, analizują komentarze na blogach mniej popularnych niż na blogach bardziej popularnych, preferują dyskusję w świecie wirtualnym aniżeli na audio-wizualnej konferencji na iChacie lub NetMeeting. Zamiast wpisu na blogu mogą wybrać link do filmu wideo z własnym komentarzem. Wyborów typu i sposobu interakcji jednostek w sieci oraz niesionych przez nie znaczeń i konsekwencji jest bardzo dużo<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup> R.V. KOZINETS: *On Netnography. Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture*. W: J. ALBA, W. HUTCHINSON, eds.: *Advances in Consumer Research*. T. 25. Provo, UT: Association for Consumer Research 1998, s. 366–371.

<sup>26</sup> Zob. R.V. KOZINETS: *Netnografia. Badania etnograficzne online*. Przeł. M. BRZOWSKA-BRYWCZYŃSKA. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 91–94.

<sup>27</sup> J.W. RETTBERG: *Blogowanie*. Przeł. M. SZCZUBIALKA. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.



Badacze często zastanawiają się nad jakością badań w zakresie etnografii wirtualnej. Podobnie jak w innych badaniach jakościowych, a w tym w klasycznej etnografii, korzystającej z obserwacji uczestniczącej, wywiadów pogłębionych czy grup fokusowych, nie można mówić o uogólnianiu wyników badań na populację generalną. To nadal są badania prowadzone tu i teraz. Podstawowe zastrzeżenia można mieć do kompletności analizowanych informacji oraz ich prawdziwości.

## Komunikacja w Internecie

Upowszechnienie Internetu przyczyniło się niewątpliwie do powstania nowego typu komunikacji, a to spowodowało rozwój nowych relacji międzyludzkich, które pozwalają na przeżywanie interaktywnych kontaktów. Kontakty w sieci różnią się znacznie od zwykłej rozmowy. Nie determinuje ich wygląd, mimika i język ciała czy status społeczny uczestników, co w znacznym stopniu może wpływać na sposób postrzegania innych. Internet stwarza ogromne możliwości taniej, globalnej i błyskawicznej komunikacji. Zatarł różnice między tym, co globalne, a tym, co lokalne, przede wszystkim zaś wprowadził nowe kanały komunikacyjne i interakcyjne<sup>28</sup>.

Współczesna komunikacja charakteryzuje się wieloznacznością, wynikającą z intencji nadawcy, ingerencji kanału komunikacyjnego i wreszcie – kompetencji odbiorcy. Tradycyjnie schemat komunikacji przebiegał właśnie od nadawcy, poprzez liczne stadia pośrednie (np. kanał, kontekst, kod itp.), do odbiorcy. Tymczasem we współczesnych przekazach medialnych nadawca nie jest już tak widoczny, a nowe role – aktywne i twórcze – przyjmuje natomiast odbiorca<sup>29</sup>. Komunikacja za pośrednictwem Internetu odbywa się przede wszystkim poprzez kanał tekstowy<sup>30</sup>, stąd język pisany pozostaje podstawowym sposobem porozumiewania się internautów, prowadząc do jego istotnych zmian semiotycznych<sup>31</sup>. W procesie komunikacji pośredniej wykorzystuje się powszechnie komunikatory internetowe typu

---

<sup>28</sup> A. GIDDENS: *Socjologia*. Przeł. A. SULŻYCKA. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 495.

<sup>29</sup> T. MICZKA: *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2002, s. 10–11.

<sup>30</sup> A. BROSCHE: *Komunikacja tekstowa a poczucie alienacji wśród młodzieży*. „Kultura i Edukacja” nr 2: 2007, s. 82–92.

<sup>31</sup> P. SITARSKI: *Czas rzeczywisty, nierzeczywista rozmowa. Komunikacja językowa w Internecie a nowa tożsamość użytkowników i „nowe wspólnoty”*. W: J. BRALCZYK, K. MOSIOLEK-KŁOSIŃSKA, red.: *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN, Warszawa 2001, s. 177–182.

Gadu-gadu, Skype, Messenger i miejsca prowadzenia rozmów, tzw. *chats rooms*. Forum powszechnej wymiany poglądów, opinii, preferencji stają się media społeczne, wśród których można wyróżnić takie, które prowadzą do tworzenia sieci społecznych (np. Facebook), upowszechniania swych opinii, poglądów (np. Blogger czy Twitter), czy miejsca multimedialne, tworzone dla innych użytkowników, pozwalające na gromadzenie i dzielenie się zasobami<sup>32</sup>.

Oddziaływanie mediów na odbiorcę odbywa się przede wszystkim przez język mediów, jako środka porozumiewania się z odbiorcami. W języku mediów dostrzegamy często jego zaburzony aspekt syntaktyczny (łączenie wyrazów ze sobą, ale często bez respektowania reguł gramatycznych), semantyczny (ma tutaj miejsce manipulowanie znaczeniem słów) i pragmatyczny (wypowiedź jest poprawna, ale niezrozumiała dla wielu odbiorców). Zdarza się, że w przekazie medialnym zaburzone są jednocześnie wymienione trzy aspekty języka, co prowadzi do braku zrozumienia przekazu lub nawet do zrozumienia nieprawidłowego, wręcz opaczego.

### Semiotyczny charakter interakcji internetowej

Współczesna komunikacja eksponuje swój dominujący wymiar semiotyczny, ponieważ przekazywanie znaczeń nie byłoby możliwe bez istnienia znaków. Istotą i sensem komunikacji jest przecież przekazywanie określonych treści za pomocą kodu znanego wszystkim uczestnikom sytuacji komunikacji.

Dlatego cechą charakterystyczną komunikacji internetowej stał się znak, symbol czy ikona, pozwalająca uczestnikom interakcji komunikować się bez słów lub przynajmniej bez ich nadmiernej liczby. Czasami prowadzi to do zupełnej eliminacji tekstu na rzecz obrazu. Ikonizacja procesu komunikacji nie jest podyktowana jej ekonomicznością, ponieważ ikona zajmuje więcej miejsca w nośniku informacji niż słowo, jest podyktowana raczej wygodą użytkownika. Interfejs oparty na obrazie jest o wiele bardziej przyjazny, zrozumiały i łatwiej przyswajalny przez użytkownika. Można powiedzieć, że od około dwudziestu lat kultura słowa przekształca się we współczesnej komunikacji w kulturę obrazu. Słowo elektroniczne zaczyna pełnić rolę służebną wobec obrazu (zjawisko to nosi nazwę *picture change*), a sama forma multimedialna warunkuje ogniskowanie naszej uwagi właśnie na obrazie, a nie na tekście<sup>33</sup>. Znaki, symbole czy ikony są szczególnie często

---

<sup>32</sup> S. JUSZCZYK: *Media społeczne w procesie komunikacji i edukacji – dialog i konektywizm*. W: M. WAWRZAK-CHODACZEK, J. KOWAL, H. ŻELIGOWSKI, red.: *Spoleczne i kulturowe wymiary komunikacji*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja”, Wrocław 2013, s. 9–22.

<sup>33</sup> A. SURDYK, red.: *Język, kultura, komunikacja*. Seria Wydawnicza Instytutu Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2007.

wykorzystywane w komunikacji pośredniej wśród dzieci i młodzieży w Internecie<sup>34</sup>, a także przy użyciu telefonów komórkowych<sup>35</sup>.

Biorąc pod uwagę przeobrażenia, jakie zachodzą w języku użytkowników sieci (m.in. polegają one na odchodzeniu od linearności, uporządkowania przyczynowo-skutkowego i klasycznych norm poprawnościowych, braku założonego przesłania odautorskiego, eliptyczności komunikatu, łączeniu kodów werbalnych i ikonicznych, mowy i pisma, wprowadzeniu wielu innowacji stylistycznych i leksykalnych), można wnosić, że sposoby komunikowania językowego nabywają cechy charakterystyczne dla intertekstualnych gier komputerowych<sup>36</sup> i istnieje potrzeba opracowania nowej metodologii badań nad mediatyzacją przestrzeni komunikacyjnych, ponieważ „językoznawcza metodologia” nie może być modelem hermetycznym<sup>37</sup>. Badacze multimediów uważają, że bazy danych i hiperteksty są nowymi formami kulturowymi, które najmocniej wpływają na interdyscyplinarność, kierując ją w stronę nauki rozumianej jako swobodne przepływy wiedzy mające charakter po wielokroć hybrydyczny<sup>38</sup>.

### Język użytkowników Internetu

Oglądanie telewizji oraz korzystanie z komputera i telefonu komórkowego powoduje, że młodzież nie tylko nie rozumie wielu pojęć, coraz rzadziej używa przenośni i idiomów, ale także kształtuje nowe formy językowe. Młodzi ludzie odbiegają od języka starszych pokoleń – rodziców i dziadków. Współczesny język młodzieżowy coraz częściej przypomina slang młodzieżowy<sup>39</sup>, nieustannie zmieniający się, podkreślający ich indywidualność i wyróżniający się z otoczenia. Młodzież celowo łamie tradycyjne zasady komunikowania, a im częściej neguje się autonomiczne formy porozumiewania młodych ludzi, tym częściej są one stosowane

---

<sup>34</sup> A. BROSCHE: *Text-messaging and its effect in youth's relationships*. "The New Educational Review" 2008, Vol. 14, No. 1, s. 91–101; S. JUSZCZYK: *Komunikacja dzieci i młodzieży w przestrzeni wirtualnej*. „Kwartalnik Pedagogiczny” nr 4(214): 2009, s. 83–104; S. JUSZCZYK: *Internet. Współczesne medium komunikacji społecznej*. „Edukacja i Dialog” nr 05–06: 2011, s. 42–46; S. JUSZCZYK: *Internet i sieciowe gry komputerowe w semiotycznym wymiarze interakcji społecznych*. W: B. SIEMIENIECKI, red.: *Cyberprzestrzeń i edukacja*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, s. 87–116.

<sup>35</sup> T. HUK: *Opportunities and risks of the use of the mobile phone in the process of education*. "The New Educational Review" 2012, Vol. 30, No. 4, s. 249–258.

<sup>36</sup> G. ROSS: *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Przeł. E. KLEKOT. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 175.

<sup>37</sup> J. GRZENIA: *Komunikacja językowa w Internecie*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

<sup>38</sup> L. MANOVICH: *Język nowych mediów*. Przeł. P. CYPRIANSKI. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 320.

<sup>39</sup> M. SZYMCAK, red.: *Słownik języka polskiego*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1984.

i tym bardziej odbiegają od obowiązujących norm poprawnościowych. Eksperymentowanie na zastanym kodzie językowym staje się egzemplifikacją aktywnego stosunku młodzieży do własnej wypowiedzi, fascynacji nowością i zmianą. Język młodzieży staje się odwzorowaniem ich postaw wobec świata i drugiego człowieka. Jak pisze Magdalena Wasylewicz:

Slang młodzieżowy charakteryzuje się dużą żywiołowością i kreatywnością, a tworzenie nowych zwrotów (łamanie utartych konwencji) sprawia, że język młodzieży zaczyna coraz bardziej odbiegać od poprawnej polszczyzny. Nastolatki świadomie łamią tabu językowe i kulturowe, podkreślając swoją indywidualność oraz dystans do norm wyznaczonych przez świat dorosłych. Młodzież traktuje język jako narzędzie nie tylko do porozumiewania się, ale także jako wyznacznik oryginalności i przynależności do określonej grupy społecznej. Jest wyrazem buntu przeciwko światu oraz specyficznym kodem, który dzięki temu, iż jest niezrozumiały dla osób spoza środowiska, pozwala uniknąć kontroli dorosłych i spowodowanych nią sankcji kontrolnych<sup>40</sup>.

Używanie gwary wzmacnia więź środowiskową oraz przekonanie członków grupy o swojej wyjątkowości<sup>41</sup>.

W opinii Kazimierza Ożoga<sup>42</sup> zasięg zmian językowych jest zróżnicowany i zależy od grupy społecznej, w której występuje. Grupa ta sankcjonuje go, upowszechnia, wartościuje pozytywnie, a członkowie grupy używają go we wzajemnych interakcjach. Często zdarza się, że grupa wywiera nacisk na swoich członkach, aby przyjęli dany sposób mówienia. Ożóg wymienia także najważniejsze mechanizmy sprzyjające modzie językowej na poziomie grupy: identyfikacja z grupą, prestiż w grupie, odróżnianie się od innych osób, wzmacnianie więzi grupowej oraz upowszechnianie wartości grupowych<sup>43</sup>.

Podobne zależności znaleźliśmy w języku studentów polonistyki w Hankuk University of Foreign Studies (HUFS) w Seulu (N=54) oraz wśród studentów pierwszych lat kierunków społecznych w Uniwersytecie Śląskim (N=65). W operacji losowania próby badawczej wzięto pod uwagę trzy zmienne: kierunek studiów (pedagogika, psychologia i socjologia), płeć i miejsce zamieszkania. Jeżeli idzie o studentów z HUFS, to komunikują się oni ze sobą oraz ze studentami z Polski pośrednio poprzez media społeczne. Komunikacja bezpośrednia następuje natomiast w trakcie wyjazdów semestralnych lub rocznych do polskich uniwersytetów

<sup>40</sup> M. WASYLEWICZ: *Język dzieci i młodzieży w dobie nowych mediów – charakterystyka zjawiska*. W: M. ŁUKAČ, red.: *Problemy a výzvy pre 21. Starocie*. Prešovska univerzita v Prešove, Prešov 2013, s. 275.

<sup>41</sup> M. KASPERCZAK, M. RZESZUTEK, J. SMÓL, H. ZGÓŁKOWA: *Nowy słownik gwary uczniowskiej*. Red. H. ZGÓŁKOWA. Wydanie drugie uaktualnione. Wydawnictwo Europa, Wrocław 2004.

<sup>42</sup> K. OŻÓG: *Polszczyzna przełomu XXI wieku. Wybrane zagadnienia*. Biblioteka FRAZY, Rzeszów 2011, s. 92.

<sup>43</sup> Ibidem, s. 93.

na studia o kierunku filologia polska w ramach programu ERASMUS plus w celu kształtowania prawidłowej wymowy polskich wyrazów, zdań i idiomów. Podczas takiego pobytu dzięki kontaktom z polskimi uczniami studenci koreańscy przejmują wiele wyrażen z potocznego, gwarowego języka młodzieży, a także stosują skróty, ucięcia, akronimy i zapożyczenia w postaci popularnych słów i zwrotów z języka angielskiego<sup>44</sup>.

## Wirtualne grupy samopomocy w Internecie

W społeczeństwie ponowoczesnym, dającym prawo do różnorodności (kulturowej, narodowej, etnicznej, językowej, orientacji płciowej, postrzegania środowiska naturalnego etc.), równości i odpowiedzialności za swoje życie oraz za dokonane wybory stygmatyzacja (naznaczenie) nie jest traktowana dobrze. W naszej kulturze można wyróżnić następujące grupy osób – w mniejszym lub większym stopniu – stygmatyzowanych: osoby niepełnosprawne, nieuleczalnie i przewlekle chore (często także ich rodziny), osoby o szpecącym wyglądzie, bezdomni, bezrobotni, samotne matki, dzieci z domów dziecka, osoby uzależnione, osoby starsze, mniejszości narodowe, religijne, rasowe i seksualne (homoseksualne i transseksualne), przedstawiciele niektórych zawodów (np. kat, pracownik prosektorium i zakładu pogrzebowego, ginekolog dokonujący aborcji, prostytutki), osoby chore psychicznie lub leczone psychiatrycznie, skazani, osoby otyłe lub anorektyczne, osoby karłowate i bardzo wysokie, noszące ośmieszające imiona lub/i nazwiska oraz wiele innych<sup>45</sup>.

Coraz częściej funkcjonujące w Internecie media społeczne, typu fora dyskusyjne, blogi, twittery czy komunikatory internetowe, stwarzają możliwość realizacji wirtualnej samopomocy na szeroką skalę – samopomocy powszechnej, bez barier, sprzyjającej pozytywnym emocjom. W wirtualnych grupach samopomocy funkcjonują osoby, które doświadczyły lub doświadczają tego samego. To podobieństwo przeżyć, historii i rozwoju problemów znacząco ułatwia kontakt, komunikację i udzielanie wsparcia informacyjnego, emocjonalnego, instrumentalnego, a nawet finansowego, którego potrzebują osoby stygmatyzowane. W związku z tym aktualnym zjawiskiem, wartym badawczych eksploracji, jest tworzenie grup samopomocowych w Internecie. Uczestnicy z dużym zaangażowaniem „spoty-

---

<sup>44</sup> S. JUSZCZYK, Y.D. KIM: *Social media and changes in the language of Polish and Korean youth*. „Kultura i Edukacja” nr 4(210): 2015, s. 89–104.

<sup>45</sup> E. GOFFMAN: *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*. Przeł. A. DZIERŻYŃSKA, J. TOKARSKA-BAKIR. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005; E. CZYWKIN: *Stygmat społeczny*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

kają się” w cyberprzestrzeni i wymieniają swe poglądy, opinie, mogą realizować wspólne cele. Internetowa przestrzeń informacyjna jest współdzielona przez wielu użytkowników i udostępniana zainteresowanym, jest miejscem spotkań wirtualnych, tworzenia więzi społecznych i sprzyja poczuciu przynależności do grupy oraz udzielaniu wzajemnej pomocy<sup>46</sup>. Zasada wzajemności stała się normą moralną w aktywności internautów, niepisanym nakazem, zobowiązując jednostkę do działania na rzecz ludzi stygmatyzowanych, do których zaliczamy także osoby z niepełnosprawnością<sup>47</sup>.

## Zjawisko *sharentingu* według antropologii wizualnej

Na szczególną uwagę zasługują badania Anny Brosch, prowadzone w ramach antropologii wizualnej, związane ze zjawiskiem *sharentingu*. Pojęcie to odnosi się do aktywności rodziców, przede wszystkim w mediach społecznych, polegającej na nagminnym zamieszczaniu zdjęć i treści dotyczących ich dzieci, naruszając tym samym prawo dzieci do prywatności<sup>48</sup>.

Wyniki badań diagnostycznych przeprowadzonych w ramach krytycznej metodologii badań nad wizualnością, nawiązujących do zjawiska *sharentingu*, zostały opublikowane przez Brosch również na Słowacji<sup>49</sup> i w Polsce<sup>50</sup>. Przedstawiają kolejne obszary dociekań empirycznych i ich interpretacji w ramach teorii samoujawniania. Autorka dowodzi, że rodzice często w sposób spontaniczny udostępniają zdjęcia swoich dzieci w sytuacjach intymnych, uwspólniając w ten sposób w mediach społecznościowych to, co w przeszłości było przeznaczone jedynie do

---

<sup>46</sup> M. SZPUNAR: *Spoleczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna*. „Studia Socjologiczne” nr 2: 2004, s. 95–130.

<sup>47</sup> S. JUSZCZYK: *Media społeczne wsparciem dla funkcjonowania osób z niepełnosprawnością w społeczeństwie ponowoczesnym*. W: H. ORIEŠČIKOVÁ, M. KOWALSKA-KANTYKA, A. LEWKO, red.: *Tradycja i nowoczesność – funkcjonowanie osób z niepełnosprawnością we współczesnym świecie*. Seria wydawnicza „Specjalne potrzeby edukacyjne”, red. serii A. STANKOWSKI. VERBUM, Ružomberok 2013, s. 285–298.

<sup>48</sup> A. BROSCHE: *When the Child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook*. „The New Educational Review” 2016, Vol. 43, No. 1, s. 225–235 (DOI: 10.15804/tner.2016.43.1.19).

<sup>49</sup> A. BROSCHE: *Edukacja medialna dzieci w wieku wczesnoszkolnym w aspekcie publikowania i udostępniania treści w Internecie*. W: M. KARASOVÁ, M. UHRINOVÁ, red.: *Analýza, Súčasného Stav, Problematiky Realizácie Mediálnej Výchovy. V primárnom vzdelávaní v kontexte výskumov mediálneho pôsobenia na správanie žiaka*. VERBUM, Ružomberok 2016, s. 18–28.

<sup>50</sup> A. BROSCHE: *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?* W: H. KRAUZE-SIKORSKA, M. KLICHOWSKI, red.: *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2017.



wiadomości i użytku rodziny, a stanowiło egemplifikację zachowań i wyglądu ich dzieci (np. dziecko w łonie matki (obraz USG), tuż po porodzie, ubrudzone w trakcie jedzenia, siedzące na nocniku, nagie w kąpielu etc.), oraz zdjęcia zrobione w trakcie spotkań i uroczystości rodzinnych. Działania związane z usunięciem przez rodziców zdjęć i treści z Facebooka mogą być zrealizowane tylko połowicznie. Od chwili pojawienia się ich w sieci mogą być zapisane przez internautów, a następnie przetworzone (w bliżej nieokreślonym czasie) i ponownie umieszczone na forach w innej formie – często ośmieszającej dzieci i ich rodziców. Nie można wykluczyć także sytuacji dręczenia, ośmieszania, a nawet szantażowania dzieci po latach. *Sharenting*, podobnie jak inne negatywne zjawiska obserwowane w Internecie, stał się już poważnym problemem społecznym<sup>51</sup>. Stosując krytyczne podejście metodologiczne, badacz zdjęć dzieci umieszczonych w sieci musi zwracać uwagę nie tylko na zawartość treściową zdjęć, motywację rodziców do ich upublicznienia, ale także na określenia znaczeń, jakie niosą interpretacje przedstawień przez różnego rodzaju publiczność internautów pierwotnego materiału wizualnego i materiału zmodyfikowanego, czasami wielokrotnie<sup>52</sup>.

## Aktywność dzieci w sieci globalnej

Tomasz Huk prowadził badania empiryczne m.in. na temat aktywności dzieci i młodzieży w Internecie, które dotyczyły m.in. prowadzenia blogów przez uczniów szkół podstawowych, a wśród nich pojawiały się blogi o tematyce satanistycznej, innym przykładem są badania aktywności dzieci w wieku 10–12 lat na Facebooku.

Celem badań przeprowadzonych w roku szkolnym 2005/2006 wśród 283 uczniów było określenie przydatności edukacyjnej blogów internetowych należących do uczniów drugiego etapu nauczania w szkole podstawowej. Okazało się, że uczniowie najczęściej zakładali swoje blogi, aby gromadzić na nich hiperłącza do ciekawych gier i stron internetowych. Założenie bloga ułatwiało opisywanie swoich przeżyć, emocji i ciekawych wydarzeń dnia codziennego. W tym sensie blogi zaczęły przejmować rolę tak popularnych (zwłaszcza w szkołach podstawowych) pamiętników<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> K. BORZUCKA-SITKIEWICZ, K. LEKSY: *Ekshibicjonizm społeczny w Internecie. Motywy i potencjalne zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa młodzieży*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017.

<sup>52</sup> G. ROSS: *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Przeł. E. KLEKOT. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 308.

<sup>53</sup> T. HUK: *Edukacyjna wartość blogów internetowych*. „Chowanna” 2007, t. 2(29), s. 145–157.

Dalsze analizy zawartości blogów uczniów szkół podstawowych pozwoliły na zaobserwowanie ich niepokojących aktywności, które mogły doprowadzić do rozwoju problemów wychowawczych, a jednocześnie potwierdziły brak zainteresowania rodziców tym, co ich dzieci robią w cyberprzestrzeni. Okazało się, że dzieci na blogach sporządzały swe szczegółowe charakterystyki i ujawniały dane osobowe, swój stosunek do otoczenia, informacje dotyczące zainteresowań czarną magią, oczekiwania oraz motywy założenia bloga o tematyce satanistycznej. Analiza treści poszczególnych blogów pozwoliła na wysnucie wniosków, że wybór opisywania negatywnych treści przez dzieci i młodzież oraz użyty w nich wulgarny język był w dużym stopniu reakcją na doznane zło<sup>54</sup>.

Kolejne badania odbywały się wśród dzieci w wieku 10–12 lat i dotyczyły ich aktywności na Facebooku. Zastosowano ankietę internetową i zogniskowany wywiad grupowy. Analizy wyników pozwoliły stwierdzić, że zdecydowana większość badanych (w szczególności dzieci dwunastoletnie) posiada swe konto na wspomnianym portalu. Własne profile w większości posiadają dziewczęta, które także umieszczają więcej zdjęć niż chłopcy; ponadto mają większą liczbę znajomych, co jest także zdeterminowane wiekiem użytkowników<sup>55</sup>.

## Konkluzje

Internet jest przestrzenią trudną w badaniach społecznych ze względu na problemy związane z ustaleniem danych społeczno-demograficznych użytkowników Internetu. Jednak diagnoza aktywności komunikacyjnej dzieci i młodzieży, używanego przez nich języka, analiza treści postów i blogów oraz zdjęć prezentowanych na portalach społecznościowych pozwalają stwierdzić, że systematycznie obniża się wiek użytkowników sieci globalnej, którzy są już aktywni tam, gdzie ich starsi koledzy czy koleżanki przed dekadą jeszcze nie byli. Dzieci w wieku wczesnoszkolnym pobierają i wysyłają pliki, surfują i rozmawiają na czatach, blogują, postują, ale nie potrafią czytać ze zrozumieniem, zapamiętywać faktów, pisać bez błędów ortograficznych czy rozwiązywać matematycznych zadań problemowych. Jednak ich chęci funkcjonowania w przestrzeni medialnej nie uda się nikomu zmniejszyć, dlatego powinniśmy upowszechniać edukację medialną nie tylko w szkole, ale także poza nią.

---

<sup>54</sup> T. HUK: *Zjawisko satanizmu w dziecięcych i młodzieżowych blogach internetowych*. W: T. LEWOWICKI, B. SIEMIENIECKI, red.: *Cyberprzestrzeń i Edukacja*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, s. 335–353.

<sup>55</sup> T. HUK: *Use of Facebook by Children Aged 10–12. Presence in Social Media Despite the Prohibition*. "The New Educational Review" 2016, Vol. 46, No. 4, s. 17–28 (DOI: 10.15804/tner.2016.46.4.01).

Edukacja medialna powinna mieć charakter nieformalnych zajęć rozwijających zainteresowania, rówieśniczych rozmów o filmach, muzyce, przedstawieniach, omawiania komentarzy wpisywanych na blogach czy video-odpowiedzi na YouTube. Ten naturalny, środowiskowy kontekst edukacji medialnej może być czynnikiem zapewniającym jej efektywność. Dzieci potrzebują mądrego wsparcia ze strony dorosłych, aby czas spędzony w Internecie był wykorzystany jak najbezpieczniej i najbardziej pożytecznie. Obowiązkiem rodziców i nauczycieli jest wprowadzanie dzieci i młodzież w nowe przestrzenie społeczne, polegające na kontroli, wyjaśnianiu oraz strukturyzowaniu nowych treści i znaczeń, aby były one bezpieczne i wartościowe pod względem edukacyjnym.

## Bibliografia

- AGROSINO M.: *Doing Ethnographic and Observational Research*. SAGE Publications of London, Los Angeles, New Delhi, Singapore and Washington DC 2007.
- BANKS M.: *Using Visual Data in Qualitative Research*. SAGE Publications of London, Los Angeles, New Delhi, Singapore and Washington DC 2007.
- BOELLSTORFF T.: *Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton University Press, Princeton 2008.
- BORZUCKA-SITKIEWICZ K., LEKSY K.: *Ekshibicjonizm społeczny w Internecie. Motywy i potencjalne zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa młodzieży*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017.
- BROSCH A.: *Edukacja medialna dzieci w wieku wczesnoszkolnym w aspekcie publikowania i udostępniania treści w Internecie*. W: M. KARASOVÁ, M. UHRINOVÁ, red.: *Analýza, Súčasného Stav, Problematiky Realizácie Mediálnej Výchovy. V primárnom vzdelávaní v kontexte výskumov mediálneho pôsobenia na správanie žiaka*. VERBUM, Ružomberok 2016.
- BROSCH A.: *Komunikacja tekstowa a poczucie alienacji wśród młodzieży*. „Kultura i Edukacja” nr 2: 2007.
- BROSCH A.: *Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa?* W: H. KRAUZE-SIKORSKA, M. KLICHOWSKI, red.: *Świat małego dziecka. Przestrzeń instytucji, cyberprzestrzeń i inne przestrzenie dzieciństwa*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2017.
- BROSCH A.: *Text-messaging and its effect in youth's relationships*. “The New Educational Review” 2008, Vol. 14, No. 1.
- BROSCH A.: *When the Child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook*. “The New Educational Review” 2016, Vol. 43, No. 1, s. 225–235 (DOI: 10.15804/tner.2016.43.1.19).
- CICHOCKI P., JĘDRKIEWICZ T., ZYDEL R.: *Etnografia wirtualna*. W: D. JEMIELNIAK, red.: *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*. T. 2. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

- CZYWKIN E.: *Stygmat społeczny*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- FILICIAK M. i in.: *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną*. SWPS, Warszawa 2010. <http://bi.gazeta.pl/im/6/7600/m7600446.pdf> (dostęp: 23.11.2011).
- GIDDENS A.: *Socjologia*. Przeł. A. SULŻYCKA. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- GOFFMAN E.: *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*. Przeł. A. DZIERŻYŃSKA, J. TOKARSKA-BAKIR. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- GRZENIA J.: *Komunikacja językowa w Internecie*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- HARWAS-NAPIERAŁA B., LIBERSKA H., red.: *Tożsamość a współczesność. Nowe tendencje i zagrożenia*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2007.
- HUK T.: *Edukacyjna wartość blogów internetowych*. „Chowanna” 2007, t. 2(29).
- HUK T.: *Opportunities and risks of the use of the mobile phone in the process of education*. “The New Educational Review” 2012, Vol. 30, No. 4.
- HUK T.: *Use of Facebook by Children Aged 10–12. Presence in Social Media Despite the Prohibition*. “The New Educational Review” 2016, Vol. 46, No. 4. (DOI: 10.15804/tner.2016.46.4.01).
- HUK T.: *Zjawisko satanizmu w dziecięcych i młodzieżowych blogach internetowych*. W: T. LEWOWICKI, B. SIEMIENIECKI, red.: *Cyberprzestrzeń i Edukacja*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012.
- JAMIELNIAK D.: *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*. „Prakseologia” nr 154: 2013.
- JUSZCZYK S.: *Ethnography of the virtual phenomena and processes in Internet*. “The New Educational Review” 2014, Vol. 36, No. 2.
- JUSZCZYK S.: *Fascynacja młodzieży grami komputerowymi*. „Edukacja i Dialog” nr 09/10: 2010.
- JUSZCZYK S.: *Internet i sieciowe gry komputerowe w semiotycznym wymiarze interakcji społecznych*. W: B. SIEMIENIECKI, red.: *Cyberprzestrzeń i edukacja*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012.
- JUSZCZYK S.: *Internet. Współczesne medium komunikacji społecznej*. „Edukacja i Dialog” nr 05–06: 2011, s. 42–46.
- JUSZCZYK S.: *Komunikacja dzieci i młodzieży w przestrzeni wirtualnej*. „Kwartalnik Pedagogiczny” nr 4(214): 2009.
- JUSZCZYK S.: *Media społeczne w procesie komunikacji i edukacji – dialog i konektywizm*. W: M. WAWRZAK-CHODACZEK, J. KOWAL, H. ŻELIGOWSKI, red.: *Spoleczne i kulturowe wymiary komunikacji*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja”, Wrocław 2013.
- JUSZCZYK S.: *Media społeczne wsparciem dla funkcjonowania osób z niepełnosprawnościami w społeczeństwie ponowoczesnym*. W: H. ORIEŠČIKOVÁ, M. KOWALSKA-KANTYKA, A. LEWKO, red.: *Tradycja i nowoczesność – funkcjonowanie osób z niepełnosprawnościami we współczesnym świecie*. Seria wydawnicza „Specjalne potrzeby edukacyjne”, red. serii A. STANKOWSKI. VERBUM, Ružomberok 2013.
- JUSZCZYK S.: *The chosen pedagogical, psychological and sociological aspects of a distance Education*. “The New Educational Review” 2003, Vol. 1, No. 1.

- JUSZCZYK S.: *Wizerunki medialne i kultura medialna. Potrzeba upowszechniania alfabetyzacji medialnej*. W: M. KISIEL, T. HUK, red.: *Rzeczywistość. Perswazyjność. Falsyfikacja w optyce wychowania i edukacji*. Oficyna Wydawnicza Waław Walasek, Katowice 2009.
- JUSZCZYK S., KIM Y.D.: *Social media and changes in the language of Polish and Korean youth*. „Kultura i Edukacja” nr 4(210): 2015.
- KASPERCZAK M., RZESZUTEK M., SMÓL J., ZGÓŁKOWA H.: *Nowy słownik gwary uczniowskiej*. Red. H. ZGÓŁKOWA. Wydanie drugie uaktualnione. Wydawnictwo Europa, Wrocław 2004.
- KOZINETS R.V.: *On Netnography. Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture*. W: ALBA J., HUTCHINSON W., eds.: *Advances in Consumer Research*. T. 25. UT: Association for Consumer Research, Provo 1998.
- KOZINETS R.V.: *Netnografia. Badania entograficzne online*. Przeł. M. BRZOZOWSKA-BRYWCZYŃSKA. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- KOZINETS R.V., KEDZIOR R.: *I, Avatar. Auto-netnographic Research in Virtual Worlds*. W: M. SOLOMON, N. WOOD, eds.: *Virtual Social Identity and Social Behavior*. M.E. Sharpe, Armonk, NY 2009.
- MANOVICH L.: *Język nowych mediów*. Przeł. P. CYPRIANSKI. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- McMILLAN S., MORRISON M.: *Coming of Age with the Internet. A Qualitative Exploration of How the Internet Has Become an Integral Part of Young People's*. „New Media and Society” 2000, Vol. 8, No. 1.
- MICZKA T.: *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2002.
- MILLER D.: *Tales from Facebook*. Polity Press, Cambridge 2011.
- MILLER D., SLATER D.: *The Internet. An Ethnographic Approach*. Berg, Oxford 2000.
- OLCOŃ-KUBICKA M.: *Uspołecznienie macierzyństwa przez dyskurs w przestrzeni internetowej*. W: D. BATORSKI, M. MARODY, A. NOWAK, red.: *Spółeczna przestrzeń Internetu*. Academica, Warszawa 2006.
- OŻÓG K.: *Polszczyzna przełomu XXI wieku. Wybrane zagadnienia*. Biblioteka FRAZY, Rzeszów 2011.
- RETTBERG J.W.: *Blogowanie*. Przeł. M. SZCZUBIAŁKA. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- ROSS G.: *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Przeł. E. KLEKOT. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- SITARSKI P.: *Czas rzeczywisty, nierzeczywista rozmowa. Komunikacja językowa w Internecie a nowa tożsamość użytkowników i „nowe wspólnoty”*. W: J. BRALCZYK, K. MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA, red.: *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN, Warszawa 2001.
- SIUDA P., red.: *Metody badań online*. Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016.
- SŁOMCZYŃSKI K.: *Polska metodologia socjologicznych badań empirycznych na tle międzynarodowym*. W: P. SZTABIŃSKI, F. SZTABIŃSKI, red.: *Nowe metody, nowe podejścia w naukach społecznych*. Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2004.
- SURDYK A. red.: *Język, kultura, komunikacja*. Poznań 2007.
- SZKUDLAREK T., MEŁOSIK Z.: *Kultura, tożsamość i edukacja. Migotanie znaczeń*. Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 1998.

- SZPUNAR M.: *Badania Internetu vs. badania w Internecie, czyli jak badać nowe medium – podstawowe problemy metodologiczne*. „Studia Medioznawcze”, nr 2: 2007.
- SZPUNAR M.: *Internet jako pole poszukiwania i konstruowania własnej tożsamości*. W: E. HAŁAS, K. KONECKI, red.: *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*. Scholar, Warszawa 2005.
- SZPUNAR M.: *Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna*. „Studia Socjologiczne” nr 2: 2004.
- SZTABIŃSKI P., SZTABIŃSKI F., red.: *Nowe metody, nowe podejścia w naukach społecznych*. Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2004.
- SZYMCZAK M., red.: *Słownik języka polskiego*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1984.
- WASYLEWICZ M.: *Język dzieci i młodzieży w dobie nowych mediów – charakterystyka zjawiska*. W: M. LUKAČ, red.: *Problemy a výzvy pre 21. Starocie*. Prešovska univerzita v Prešove, Prešov 2013.
- WILSON S., PETERSON L.: *The Anthropology of Online Communities*. “Annual Review of Anthropology” 2002, No. 31. [http://jrichard-stevens.com/articles/wilson\\_peterson.pdf](http://jrichard-stevens.com/articles/wilson_peterson.pdf) (dostęp: 21.05.2012).

## Internet jako przestrzeń badawcza w naukach społecznych

### Streszczenie

Korzystając z hermeneutycznej analizy specjalistycznej literatury oraz teorii krytycznej, przedstawiono Internet jako społeczną i kulturową przestrzeń badawczą w naukach społecznych. Scharakteryzowano najważniejsze cechy sieci globalnej i przedstawiono te jej aspekty, które poddaje się badaniom etnograficznym i antropologicznym w naszej katedrze, czyli: proces komunikacji i jej semiotyczny charakter, proces tworzenia sieci społecznych, wirtualne grupy samopomocy dla osób stygmatyzowanych, zjawisko *sharentingu* czy aktywność dzieci i młodzieży w sieci.

**Słowa kluczowe:** Internet; etnografia wirtualna; antropologia wizualna; proces komunikacji; sieci społeczne; wirtualne grupy wsparcia; *sharenting*.

## Internet as the research space in social sciences

### Summary

With the use of the hermeneutic analysis of academic texts and of critical theory the Internet has been presented as a social and cultural research space in social sciences. The most important features of global network have been characterized and such aspects have been discussed that are studied in the framework of ethnographical and anthropological research in our institute, namely communication process and its semiotic character, a creation of social networks, virtual groups of self-help for stigmatized people, *sharenting* and activity of children and youth on the Internet.

**Keywords:** Internet; virtual ethnography; visual anthropology; process of communication; social networks; virtual supporting groups; *sharenting*.